

ANALISA KUALITAS ISI *FINANCIAL AND SUSTAINABILITY REPORTING* PADA WEBSITE PERUSAHAAN GO PUBLIK DI INDONESIA

Luciana Spica Almilia

Jurusan Akuntansi, STIE Perbanas Surabaya

Jln. Nginden Semolo No. 34 – 36 Surabaya

E-mail: lucy@perbanas.ac.id atau almilia_spica@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini mencoba untuk mengeksplorasi penggunaan website pada perusahaan go publik di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyak perusahaan belum memanfaatkan secara optimal pengungkapan informasi perusahaan melalui website, baik untuk informasi keuangan dan keberlanjutan perusahaan. Temuan lain dalam penelitian ini adalah banyak perusahaan yang tidak dapat memberikan informasi bagi investor, kebanyakan informasi yang disajikan dalam website perusahaan adalah tentang produk atau jasa yang dihasilkan serta banyak sekali perusahaan yang tidak mengupdate informasi-informasi yang disajikan. Keterbatasan penelitian, terbatasnya sampel penelitian dan pendeknya periode observasi website perusahaan. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengurangi keterbatasan penelitian yang telah dilakukan. Implikasi dari penelitian ini adalah karena belum banyak perusahaan memanfaatkan secara optimal pengungkapan informasi perusahaan melalui website, karena belum ada badan pembuat standar yang mengatur informasi apa saja yang harus diungkapkan pada website perusahaan. Sehingga diperlukan adanya standar yang mengatur item-item yang harus diungkapkan dalam website perusahaan yang go publik, karena pengungkapan dalam website perusahaan akan memudahkan pengguna informasi keuangan dan keberlanjutan perusahaan untuk mengakses informasi tersebut dimana saja dan kapan saja.

Kata Kunci: pelaporan keuangan media internet, website, teknologi informasi, laporan pertanggungjawaban sosial

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang terjadi sekarang ini sudah berkembang pesat dibanding waktu dulu, misalnya yang terdapat pada bidang komunikasi. Perkembangan pengolahan data merupakan salah satu pengaruh dari teknologi komunikasi tersebut. Berbagai macam alat komunikasi sekarang ini sudah banyak macamnya seperti internet, telepon seluler, dsb. Sejalan dengan cepatnya perkembangan bidang teknologi, perusahaan-perusahaan makin dipacu untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai senjata untuk tetap *survive* dan memenangkan persaingan yang kian hari terasa ketat dan keras.

Akhir-akhir ini penggunaan internet yang menjurus kepada *cyberspace* kelihatannya akan mendominasi seluruh kegiatan di atas permukaan bumi di masa kini dan masa datang dan secara umum akan berubah menjadi alat untuk persaingan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Ini pun akan membawa dampak yang sangat besar bagi setiap perusahaan. Dampak pada aspek persaingan adalah terbentuknya tingkat kompetisi yang semakin tajam. Globalisasi ekonomi juga membuat perubahan menjadi konstan, pesat, radikal, serentak, dan pervasif. Sehingga perusahaan harus memiliki kemampuan yang cepat untuk beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi sehingga perusahaan akan mampu bersaing dengan para kompetitornya.

Penggunaan teknologi diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang

mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk adalah dengan menggunakan website perusahaan untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Dalam penggunaan teknologi tersebut, berbagai pihak yang terkait dengan perusahaan seperti investor, konsumen, pemerintah akan ikut berperan.

Penggunaan internet telah mengalami perkembangan yang luar biasa di bidang bisnis terutama pada perusahaan skala besar. Sejak ditemukannya teknologi internet tersebut pada tahun 1990-an penggunaannya meluas karena dipandang memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses-proses bisnis. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini berusaha mengeksplorasi praktek pelaporan keuangan dan sustainability pada website perusahaan yang go publik di Bursa Efek Indonesia.

2. LITERATUR REVIEW

2.1 Internet Financial and Sustainability Reporting

Semenjak tahun 1995, terdapat perkembangan penelitian empiris terkait dengan *Internet Financial Reporting* (IFR) yang merefleksikan perkembangan bentuk pengungkapan informasi perusahaan. Beberapa penelitian menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan dalam

website perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Pirchegger dan Wagenhofer (1999) dan Sasongko dan Luciana (2008a). Beberapa penelitian menguji sifat dan perluasan pelaporan keuangan pada website perusahaan sebagai instrument yang menghubungkan dengan *stakeholder*.

Cheng, Lawrence dan Coy (2000) mengembangkan indeks untuk mengukur kualitas pengungkapan IFR pada 40 perusahaan besar di New Zealand. Hasil penelitian Cheng, Lawrence dan Coy (2000) menunjukkan bahwa 32 (80%) perusahaan memiliki website dan 70% dari sampel menyajikan informasi keuangan pada website perusahaan. Dan dari 32 perusahaan yang memiliki website menunjukkan bahwa hanya 8 (25%) perusahaan yang memiliki nilai diatas 50%.

Penelitian terkait dengan *internet financial reporting* di Indonesia dilakukan oleh Sasongko dan Luciana (2008), yang menguji kualitas pengungkapan informasi pada website industri perbankan yang go public di BEI. Dengan menggunakan indeks yang dikembangkan oleh Cheng, Lawrence dan Coy (2000) dan sampel 19 industri perbankan, Sasongko dan Luciana (2008a) memberikan bukti bahwa adanya keberagaman pengungkapan informasi pada website industri perbankan di Indonesia. Temuan lain dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak banyak website industri perbankan yang mengoptimalkan pemanfaatan teknologi internet yang sebagai sarana pengungkapan informasi perusahaan, dan hanya menampilkan informasi tentang produk-produk perbankan saja. Sedangkan penelitian terkait dengan *sustainability reporting* pada website perusahaan dilakukan oleh Sasongko dan Luciana (2008b), dan memberikan bukti bahwa dari 54 sampel hanya 10 sampel saja yang menyajikan *sustainability reporting* pada menu utama website, dan rendahnya kuantitas dan kualitas informasi yang disampaikan perusahaan terkait dengan informasi keberlanjutan perusahaan (*sustainability reporting*).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Luciana dan Sasongko (2008a dan 2008b), menguji kualitas pengungkapan informasi pada website 19 industri perbankan dan 35 perusahaan yang masuk dalam kategori LQ-45. Penelitian ini memberikan bukti bahwa industri perbankan memiliki kualitas pengungkapan informasi pada website untuk komponen *technology* dan *user support* lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang masuk kategori LQ-45.

2.2 Corporate Social Responsibility

Pemahaman dan kesadaran dari entitas bisnis untuk menjaga hubungan baik dengan seluruh pemangku kepentingan dalam upaya minimasi dampak negatif dan maksimasi dampak positif aktivitas operasional perusahaan menuju pembangunan berkelanjutan inilah yang kini dipahami sebagai CSR (*Corporate Social*

Responsibility). Menguatnya paradigma pembangunan berkelanjutan dan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR membuat pelaporan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan dianggap sama pentingnya dengan pelaporan kinerja ekonomi.

Masalah terbesar adalah bahwa mutu laporan-laporan nonfinansial memang belumlah sebaik mutu laporan finansial. Selain usianya yang terpaut jauh (>500 vs. 10-20 tahun), kesenjangan di antara keduanya ditandai oleh derajat keformalan, pihak yang dituju, serta interval laporan. Formalisasi laporan finansial sudah sangat jelas, dengan munculnya GAAP, IFRS serta standar-standar pelaporan di setiap negara. Hampir seluruhnya sudah bersifat mengikat secara hukum. Sementara, laporan nonfinansial paling komprehensifpun—yaitu standar dari Global Reporting Initiative (GRI)—masih bersifat sukarela. Perusahaan-perusahaan yang tidak mengikuti standar GRI telah menunjukkan ragam yang luar biasa dalam format laporan nonfinansialnya.

Kalau laporan finansial terutama ditujukan pada investor dan lembaga yang mengatur investasi dalam suatu negara, laporan nonfinansial ditujukan untuk seluruh pemangku kepentingan (termasuk pula investor). Konsekuensinya, cara pelaporannya akan menjadi sangat beragam sesuai dengan pemangku kepentingan yang dituju. Terakhir, laporan keuangan finansial memiliki interval yang tetap yaitu tahunan dan kuartalan, sementara laporan nonfinansial biasanya berupa laporan setahunan atau dua tahunan, bahkan tidak tetap.

Gazdar (2007) menyatakan ada empat hal yang membuat mengapa pelaporan nonfinansial ini menjadi sangat penting: **Pertama**, meningkatkan reputasi perusahaan. Semakin transparen perusahaan dalam aspek-aspek yang dituntut oleh seluruh pemangku kepentingannya, semakin tinggi pulalah reputasi perusahaan. Tentu saja, kalau kinerja yang dilaporkan itu baik dan valid. Karenanya, perusahaan harus terlebih dahulu meningkatkan kinerjanya dengan sungguh-sungguh. Validitas juga sangat penting, karena pemangku kepentingan tidak akan pernah memaafkan perusahaan yang melakukan pembohongan publik.

Kedua, melayani tuntutan pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan adalah pihak-pihak yang terpengaruh oleh dan bisa memengaruhi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Tentu saja, mereka yang terpengaruh hidupnya oleh perusahaan berhak untuk mengetahui aspek-aspek yang bersentuhan dengan kehidupan mereka. Mereka yang bisa memengaruhi perusahaan sangat perlu untuk mendapat informasi yang benar, sehingga pengaruh mereka bisa diarahkan ke tujuan yang tepat.

Ketiga, membantu perusahaan dalam membuat berbagai keputusan. Laporan kinerja yang baik tentu saja akan memuat indikator-indikator yang akan membantu perusahaan melihat kekuatan dan

kelemahan dirinya. Perusahaan bisa sedikit lebih tenang dalam aspek yang indikator-indikatornya menunjukkan kekuatan. Di sisi lain, perusahaan perlu mencurahkan sumberdaya yang lebih besar untuk aspek-aspek yang tampak masih lemah. Laporan periodik dengan indikator yang konsisten sangat diperlukan di sini, sehingga naik turunnya kinerja bisa terpantau dan disikapi dengan keputusan yang tepat.

Keempat, membuat investor dengan mudah memahami kinerja perusahaan. Sebagaimana yang sudah diungkapkan di atas, ada kebutuhan yang semakin tinggi dari investor untuk bisa mengetahui kinerja perusahaan yang sesungguhnya. Para investor jangka panjang benar-benar ingin mengetahui apakah modal yang ditanamkannya aman atau tidak. Perusahaan-perusahaan yang memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang tinggibmemiliki kemungkinan yang lebih baik untuk terusberlanjut usahanya, dan para investor tentu lebih berminat untuk menanamkan modalnya pada perusahaan-perusahaan tersebut.

3. METODA PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah mengukur kualitas isi (*content*) informasi *Financial and Sustainability Reporting* pada website perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Isi *Financial Reporting* menggunakan indeks pengungkapan yang dikembangkan oleh of Cheng et al. (2000) dan Lymer et al. (1999). Sedangkan untuk komponen isi (*content*) *Sustainability Reporting* perusahaan, digunakan item-item yang diterbitkan dalam www.junglerrating.com tahun 2005 yang terdiri dari 21 item. **Isi (Content) Financial Reporting**, dalam kategori ini meliputi komponen informasi keuangan seperti laporan neraca, rugi laba, arus kas, perubahan posisi keuangan serta laporan keberlanjutan perusahaan. Informasi keuangan yang diungkapkan dalam bentuk html memiliki skor yang tinggi (skor 2) dibandingkan dalam format pdf (skor 1), karena informasi dalam bentuk html lebih memudahkan pengguna informasi untuk mengakses informasi keuangan tersebut menjadi lebih cepat. **Isi (Content) Sustainability Reporting**, dalam kategori ini meliputi komponen informasi nonkeuangan, dapat dilihat pada lampiran 1

4. HASIL PENELITIAN

Hasil survey yang telah dilakukan pada periode antara Desember 2007 sampai dengan November 2008, terkait dengan website yang dimiliki oleh perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, menunjukkan bahwa hanya 62% perusahaan yang telah memiliki website untuk mempublikasikan beberapa informasi tentang kondisi keuangan dan non keuangan perusahaan seperti di bawah ini.

Tabel 1. Data Perusahaan di Bursa Efek Indonesia yang memiliki website

No.	Jenis Industri	Jumlah Perusahaan	Memiliki Website	%
1.	Agriculture, Forestry & Fishing	9	7	78
2.	Animal Feed & Husbandry	6	2	33
3.	Mining & Mining Service	12	12	100
4.	Constructions	4	4	100
5.	Manufacturing	142	93	65
6.	Transportation Service	12	7	58
7.	Telecommunication	6	5	83
8.	Whole Sale & Retail Trade	16	5	31
9.	Banking	26	21	81
10.	Credit Agencies, Securities & Insurance	40	22	55
11.	Real Estate	39	17	44
12.	Hotel & Travel Service	6	5	83
13.	Holding & Other Investment Companies	4	2	50
14.	Others	21	11	52
	Total	343	213	62

Pada Tabel 1 terlihat adanya disparitas praktik pengungkapan informasi perusahaan melalui media website dan masih sedikitnya perusahaan memanfaatkan penggunaan teknologi internet. Total perusahaan yang go publik pada survey adalah sebanyak 343 perusahaan, dan hanya 213 perusahaan yang memiliki website dengan kualitas pengungkapan yang sangat bervariasi.

Dari 213 perusahaan, dipilih secara random perusahaan yang akan dinilai kualitas websitenya dalam menyajikan laporan keuangan perusahaan. Namun dari 213 alamat website perusahaan ini terdapat beberapa alamat website yang masih dalam perbaikan sehingga tidak dapat diobservasi. Sampel akhir survey awal adalah sebanyak 115 perusahaan yang memiliki website yang dipilih secara random dengan memperhatikan keterwakilan industri. Pada Tabel 2 akan ditunjukkan bagaimana praktik pengungkapan laporan keuangan dengan media internet pada 115 perusahaan.

Beberapa perusahaan tidak menampilkan laporan keuangan mereka dalam website tetapi beberapa perusahaan menampilkan secara lengkap laporan keuangan baik laporan keuangan tahunan dan laporan keuangan kuartalan. Pada Tabel 2, nampak bahwa dari 115 perusahaan terdapat sekitar 26 perusahaan sampai dengan 48 perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan secara lengkap. Nampak juga bahwa banyak perusahaan yang hanya sekedar menempelkan laporan keuangan mereka dalam format PDF kedalam website perusahaan tersebut, padahal dengan teknologi internet dapat digunakan fasilitas teknologi yang disediakan untuk membuat laporan keuangan yang lebih memiliki nilai manfaat yang tinggi, misalnya dapat digunakan untuk memprediksi kinerja perusahaan masa depan atau penggunaan multi media.

Tabel 2. Pelaporan Keuangan Perusahaan Melalui Website

No.	Nama Laporan Keuangan	Sampel	%
1	Neraca		
	PDF	82	71
	HTML	21	18
	PDF & HTML	14	12
	Tidak Melaporkan melalui Website	26	23
2	Laporan Laba Rugi		
	PDF	82	71
	HTML	21	18
	PDF & HTML	14	12
	Tidak Melaporkan melalui Website	26	23
3	Laporan Arus Kas		
	PDF	82	71
	HTML	6	5
	PDF & HTML	1	1
	Tidak Melaporkan melalui Website	28	24
4	Laporan Perubahan Ekuitas		
	PDF	82	71
	HTML	7	6
	PDF & HTML	5	4
	Tidak Melaporkan melalui Website	31	27
5	Catatan atas Laporan Keuangan		
	PDF	81	70
	HTML	4	3
	PDF & HTML	3	3
	Tidak Melaporkan melalui Website	33	29
6	Pengungkapan Laporan Kuartalan		
	PDF	58	50
	HTML	21	18
	PDF & HTML	2	2
	Tidak Melaporkan melalui Website	38	33
7	Financial Highlight		
	PDF	24	21
	HTML	44	38
	Tingkat pertumbuhan, rasio, dan grafik	24	21
	Tidak Melaporkan melalui Website	48	42

Hasil Pengungkapan laporan keberlanjutan perusahaan menunjukkan item yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan adalah item geografi penjualan, sedangkan item yang tidak pernah disajikan oleh sampel perusahaan adalah item:

1. Tanya jawab terkait dengan laporan keberlanjutan perusahaan
2. *Contact person* untuk laporan keberlanjutan perusahaan
3. Saran dari pengguna ditampilkan
4. Info ttg info terbaru dengan mengirimkan e-mail
5. Kasus terhadap penanganan sosial, lingkungan dan ekonomi

Temuan yang menarik terkait pelaporan keberlanjutan perusahaan adalah: **Pertama**, terdapat 7 perusahaan yang tidak menyajikan 21 item laporan keberlanjutan perusahaan. **Kedua**, hanya 1 perusahaan yang menggunakan jasa pihak eksternal untuk menjamin laporan keberlanjutan perusahaan, yaitu Unilever, Tbk.

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyak perusahaan belum memanfaatkan secara optimal pengungkapan informasi perusahaan melalui website, baik untuk informasi keuangan dan keberlanjutan perusahaan. Temuan lain dalam penelitian ini adalah banyak perusahaan yang tidak dapat memberikan informasi bagi investor, kebanyakan informasi yang disajikan dalam website perusahaan adalah tentang produk atau jasa yang dihasilkan serta banyak sekali perusahaan yang tidak mengupdate informasi-informasi yang disajikan.

PUSTAKA

- Ball, R. (2006). International Financial Reporting Standards (IFRS): Pros and Cons for Investors. *Accounting and Business Research. Vol 36. International Accounting Policy Forum. pp. 5 – 27.*
- Cheng, A. Lawrence, S dan Coy, D. (2000). Measuring the Quality of Corporate Financial Websites: A New Zealand Study. Paper presented at the 12th Asian-Pacific Conference on International Accounting Issues – Beijing.
- Gazdar, Kaevan. (2007). Reporting Nonfinancials. John Wiley and Sons, Ltd.
- Luciana Spica Almilial dan Sasongko Budi. (2008). Corporate Internet Reporting of Banking Industry and LQ45 Firms: An Indonesia Example. *Proceeding The 1st Parahyangan International Accounting & Business Conference 2008 - Universitas Parahyangan Bandung - Indonesia*. Available at: www.ssrn.com
- Lymer, A., (Ed), (1999), Special Section: The Internet and Corporate Reporting in Europe. *European Accounting Review* Vol. 9, pp. 287-396.
- Pirchegger, B. dan A. Wagenhofer.(1999). Financial Information on the Internet: Survey of the Homepages of Austrian Companies. *The European Accounting Review*. 9:2 pp. 383 – 395.
- Sasongko Budisusetyo dan Luciana Spica Almilial. (2008a). The Practice of Financial Disclosure on Corporate Website: Case Study in Indonesia. *Proceeding International Conference on Business and Management - Universiti Brunai Darussalam (Brunai Darussalam)*. Available at: www.ssrn.com
- _____. (2008b). Exploring Financial and sustainability Reporting on the Web in

Indonesia. *Proceeding 16th Annual Conference on Pacific Basin Finance, Economic, Accounting and Management - Queensland University of Technology (QUT) Brisbane Australia*. Available at: www.ssrn.com

SustainAbility, (1999), *The Internet Reporting Report*, London, SustainAbility, www.sustainability.com

Lampiran 1.

Item-Item Indeks Pelaporan Keberlanjutan Perusahaan (*Sustainability Reporting*)

No.	Komponen Penilaian
1.	Perusahaan menempatkan informasi keberlanjutan perusahaan pada menu utama website perusahaan.
2.	Perusahaan menyediakan fasilitas Tanya jawab terkait informasi keberlanjutan perusahaan pada website perusahaan.
3.	Perusahaan menginformasikan pada pengunjung website perusahaan tentang <i>contact persons</i> terkait informasi keberlanjutan perusahaan.
4.	Perusahaan mengundang pengunjung website perusahaan untuk secara pro-aktif memperoleh informasi keberlanjutan perusahaan.
5.	Perusahaan menyajikan foto-foto yang terkait 3 pilar informasi keberlanjutan perusahaan pada website perusahaan.
6.	Perusahaan menyajikan visi dan misi terkait dengan keberlanjutan perusahaan pada website perusahaan.
7.	Website perusahaan menyajikan informasi paling tidak dalam 2 bahasa.
8.	Perusahaan menyajikan informasi terbaru terkait aktivitas-aktivitas yang terkait 3 pilar keberlanjutan perusahaan pada website perusahaan.
9.	Perusahaan menyajikan informasi terkait latar belakang pihak-pihak yang mengelola manajemen perusahaan pada website perusahaan..
10.	Perusahaan menyajikan secara jelas tentang informasi cabang atau daerah operasi perusahaan pada website perusahaan.
11.	Perusahaan selalu mengupdate <i>press releases</i> perusahaan terkait dengan aktivitas-aktivitas keberlanjutan perusahaan (meliputi aktivitas terkait dengan social, lingkungan dan ekonomi) pada website perusahaan.
12.	Perusahaan menyajikan informasi terkait kaus terhadap penanganan masalah sosial, lingkungan dan ekonomi pada website perusahaan.
13.	Perusahaan menyajikan informasi keberlanjutan baik aktivitas social dan lingkungan pada website perusahaan.
14.	Perusahaan menjamin laporan keberlanjutan yang dibuatnya dengan meminta pihak lain untuk mengaudit laporan keberlanjutan dan dilaporkan pada website perusahaan.
15.	Perusahaan menyajikan informasi terkait penyerapan tenaga kerja (apakah penyerapan tenaga kerja lokal atau di luar wilayah perusahaan).
16.	Perusahaan menyajikan informasi negatif terkait informasi keberlanjutan perusahaan.
17.	Perusahaan menyajikan informasi produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan serta menyajikan informasi terkait bahan baku yang digunakan oleh perusahaan.
18.	Perusahaan menyajikan informasi yang jelas terkait dengan geografi penjualan produk atau geografi penyediaan jasa.
19.	Perusahaan menyajikan informasi terkait sumbangan yang diberikan kepada masyarakat dalam website perusahaan.
20.	Kode etik perusahaan ditampilkan dalam website perusahaan.
21.	Perusahaan menyajikan informasi keberlanjutan perusahaan dibandingkan dengan tahun sebelumnya.